

## WARTA ARDHIA Jurnal Perhubungan Udara



### Pelayanan Kargo Udara di Terminal Kargo Domestik Bandar Udara Soekarno-Hatta

#### *Air Cargo Services on Domestic Cargo Terminal Soekarno - Hatta Airport*

**Sitti Subekti**

Puslitbang Perhubungan Udara

e-mail : [litbang\\_udara@yahoo.co.id](mailto:litbang_udara@yahoo.co.id)

#### INFO ARTIKEL

##### *Histori Artikel :*

Diterima : 29 Maret 2013

Disetujui : 13 Mei 2013

##### **Keywords:**

*domestic cargo terminal, the dimensions of servqual model, importance performance analysis, customer satisfaction index(CSI)*

##### **Kata kunci:**

*terminal kargo domestik, dimensi model servqual, importance performance analysis, indeks kepuasan pengguna (CSI)*

#### ABSTRACT / ABSTRAK

*The compliance of users expectations on services air cargo is an important thing for organizations to face the competition of business services. Air cargo services in this study were measured with the dimensions of SERVQUAL model. Dimensions of quality that is used consist of the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible which covers 15 attributes of service.*

*Service attribute is used to assess the quality of service warehouse operator PT Garuda Indonesia and PT Gapura Angkasa on domestic cargo terminal Soekarno-Hatta Airport. The research sample consisted of 46 service quality in the warehouse operator PT Garuda Indonesia Cargo and 33 in PT Gapura Angkasa. Service attributes were analyzed by Importance Performance Analysis.*

*The most importances of services attributes consist of on-time delivery capabilities, delivering a record / document without errors, communication with customers and time coordination, the service immediately / quickly for customers, compensation for damages or missing items and the clarity and completeness of the operational procedures. Increased air cargo services and customer satisfaction index in the domestic cargo terminal can be done with corrective measures on the attributes of service that is located in quadrant one.*

Pemenuhan harapan pengguna kargo terhadap pelayanan kargo udara merupakan hal penting bagi organisasi jasa untuk menghadapi persaingan bisnis. Pelayanan kargo udara dalam penelitian ini diukur dengan dimensi model Servqual. Dimensi kualitas yang digunakan terdiri dari dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik yang meliputi 15 atribut jasa. Atribut jasa tersebut digunakan untuk menilai kualitas pelayanan warehouse operator PT Garuda Indonesia Cargo dan PT Gapura Angkasa pada terminal kargo Domestik Bandar Udara Soekarno-Hatta. Sampel penelitian kualitas pelayanan terdiri dari 46 pada warehouse operator PT Garuda Indonesia Cargo dan 33 pada PT Gapura Angkasa. Atribut jasa dianalisis dengan Importance Performance Analysis. Atribut jasa penting terdiri dari kemampuan pengiriman tepat waktu, menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan, komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu, layanan yang segera/cepat bagi pelanggan, kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang dan kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional. Peningkatan pelayanan kargo udara dan indeks kepuasan pengguna di terminal kargo domestik dapat dilakukan dengan langkah perbaikan pada atribut jasa yang terletak pada kuadran satu.

## PENDAHULUAN

Masyarakat membutuhkan jasa transportasi udara dalam rangka mobilitas perekonomian yang semakin tinggi. Bandar udara sebagai prasarana angkutan udara dan sebuah simpul dalam sistem transportasi mempunyai peran yang penting. Simpul tersebut berfungsi sebagai terminal tempat terjadinya transfer perjalanan baik orang maupun barang dari moda udara ke moda lainnya dan sebaliknya (Pakan, 2008). Bandar udara (Annex 14, ICAO/*International Civil Aviation Organization*) adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat. Terminal bandar udara merupakan elemen utama dari sisi darat dan sebagai batas dengan sisi udara. Terminal bandar udara mempunyai ukuran kompleksitas yang tinggi dalam system skala, termasuk jumlah entitas yang besar, jenis yang besar pada tipe pelayanan, dan hubungan yang kompleks di antara pemrosesan. (Manataki&Zografos, 2010).

Penelitian sebelumnya tentang kualitas layanan telah banyak dilakukan. Objek penelitian sangat beragam, mulai dari penumpang domestik, penumpang internasional, aliansi maskapai, maskapai regional dan pengangkutan kargo udara. Kualitas layanan penerbangan berbeda dengan layanan di industri lainnya. Kualitas layanan pada industri penerbangan merupakan aspek yang

sangat penting untuk bertahan di era persaingan. Menurut Gilbert&Wong (2003) menyatakan kualitas layanan yang sangat baik adalah persyaratan untuk dapat sukses dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Sikap terhadap kepuasan dihasilkan dari tingkat kepuasan dengan melibatkan kualitas layanan dan tingkat kepentingan, yang menciptakan nilai pembobotan (Wang, 2007).

Penelitian persepsi pengguna pada dimensi model SERVQUAL penting dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai kualitas layanan terminal kargo udara di Bandar Udara Soekarno-Hatta saat ini. Kualitas pelayanan dapat digunakan untuk memperbaiki sistem pelayanan kargo di terminal kargo bandar udara. Pengetahuan persepsi dan sikap pelanggan tentang organisasi bisnis akan meningkatkan peluangnya untuk membuat keputusan bisnis menjadi lebih baik. Hsu (2007) menyatakan kualitas persepsi merupakan penilaian objektif pelanggan tentang entitas secara keseluruhan sempurna atau lebih kuat.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah atribut kualitas jasa yang penting untuk menilai pelayanan terminal kargo domestik Bandar Udara Soekarno-Hatta? dan bagaimana indeks kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction Index*) terminal kargo domestik Bandar Udara Soekarno-Hatta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atribut jasa

yang penting untuk menilai pelayanan kargo udara terminal kargo domestik di Bandar Udara Soekarno-Hatta dan untuk mengevaluasi indek kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction Index*).

## LANDASAN TEORI

Jasa adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Nasution, 2005). Karakteristik jasa menurut Berry (1991) dalam Nasution (2005) terdiri dari empat karakteristik sebagai berikut, (1) tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, dicium atau didengar sebelum dibeli, (2) tidak terpisahkan, jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, (3) keanekaragaman, jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan *nonstandardized output* artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan, (4) tidak tahan lama, jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Supranto, 2006).

Parasuraman et.al. (1988) dalam Tjiptono&Chandra (2007) menyatakan terdapat lima dimensi utama sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya

sebagai berikut.

- a. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan serta menginformasikan kapan jasa diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*) yaitu perilaku karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Emphaty*) berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti langsung (*Tangible*) berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

## METODE PENELITIAN

### Metode Pengumpulan Data

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok manusia (orang-orang), kejadian, atau segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti oleh peneliti (Sekaran, 2000). Populasi menurut (Supranto, 2000) adalah kumpulan dari seluruh elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna terminal kargo domestik Bandar Udara Soekarno-Hatta. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik acak sederhana atau *sample random sampling*. Sampel penelitian ini adalah pengguna terminal kargo domestik yang terdiri pengirim barang perusahaan (*shipper*) di terminal kargo domestik.

Daftar pertanyaan/ kuesioner dengan skala *Likert* 5 (lima) digunakan untuk mendapatkan data tentang kualitas pelayanan terminal kargo domestik bandar udara. Variabel adalah karakteristik yang menunjukkan variasi atau segala sesuatu yang nilainya berubah-ubah (Supranto, 2000). Atribut dari dimensi kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Reliabilitas terdiri dari (1) kemampuan pengiriman tepat waktu (Lin et al., 2005), (2) pengetahuan dan kemampuan profesional (Lin et al., 2005) dan (3) menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan (Parasuraman, 1998 dalam Tjiptono&Chandra (2007).

- b. Daya tanggap terdiri dari (1) keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan (Wang, 2007), (2) komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu (Lin et al., 2005) dan (3) layanan yang segera/cepat bagi pelanggan (Parasuraman, 1998 dalam Tjiptono&Chandra (2007).
- c. Jaminan terdiri dari (1) kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang (Lin et al, 2005), (2) kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional (Lin et al, 2005) dan (3) pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo (Lin et al, 2005).
- d. Empati terdiri dari (1) karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian (Parasuraman, 1998 dalam Tjiptono&Chandra (2007), (2) karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan (Parasuraman, 1998 dalam Tjiptono&Chandra (2007) dan (3) kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo (Wang, 2007).
- e. Bukti fisik terdiri dari (1) kenyamanan area pelayanan konsumen (Wang, 2007), (2) area layanan yang bersih (Wang, 2007) dan (3) efisiensi operasi internal, sistem pelayanan (Lin et al, 2005).

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode analisis data ini merupakan

alat analisis kepentingan dan kinerja yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana kinerja suatu kegiatan yang dirasakan oleh pengguna atau pelanggan apabila dibandingkan dengan tingkat kepuasan yang diinginkan/dirasakan. Pemetaan faktor-faktor ini menggunakan nilai *mean* dari hasil *importance analysis* dan *performance analysis* (Aryantono, 2009) yaitu:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

dan

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}$$

Keterangan :

X = skor rata-rata tingkat kepuasan,  
Y = skor rata-rata tingkat kepentingan,  
Xi = skor penilaian tingkat kepuasan,  
Yi = skor penilaian tingkat  
          kepentingan,  
N = jumlah responden.

*Importance performance analysis* terdiri dari analisis kepentingan (*importance analysis*) dan analisis kepuasan (*performance analysis*), Aryantono (2009). Tingkat kepentingan diukur dengan skala Likert 5 tingkat yaitu:

- Sangat penting, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 5.
- Penting, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 4.
- Biasa, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 3.
- Tidak penting, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 2.

- Sangat tidak penting, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 1.

Tingkat kepuasan diukur dengan skala Likert 5 tingkat yaitu:

- Sangat puas, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 5.
- Puas, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 4.
- Netral, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 3.
- Tidak puas, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 2.
- Sangat tidak puas, dengan bobot untuk jawaban ini diberi nilai 1.

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan dilakukan dengan *Importance Performance Grid* yang dikembangkan oleh Oliver dalam (Aryantono, 2009). Model ini merupakan matriks 2 (dua) dimensi yang membandingkan antara persepsi tingkat kepentingan suatu atribut dalam mendorong responden untuk menggunakan sebuah produk (*high and low*) dengan performansi atribut-atribut dari produk tersebut. Dengan pemetaan atribut dalam 2 (dua) dimensi, maka faktor-faktor tersebut bisa dikelompokkan dalam salah satu dari 4 (empat) kuadran, yang dibatasi oleh 2 (dua) buah garis perpotongan tegak lurus pada titik (X,Y) dengan X merupakan rata-rata dari jumlah rata-rata skor tingkat kepuasan seluruh atribut yang diteliti. Nilai Y adalah rata-rata dari jumlah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut atau faktor yang diteliti (Supranto, 1997).

CSI merupakan jenis pengukuran yang digunakan untuk menentukan tingkat



kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dari faktor-faktor yang diukur. Adapun tahapan untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung *Weighting Factors*, dengan cara membagi nilai rata-rata *importance score* yang diperoleh tiap-tiap faktor dengan total *importance score* secara keseluruhan. Hal ini untuk mengubah nilai kepentingan (*importance score*) menjadi angka persentase, sehingga didapatkan total *weighting factors* 100%,

*score*), sehingga didapatkan *Weighted Score*,

- c. *Weighted Score* dari setiap faktor, dijumlahkan, hasilnya disebut *weighted average*,
- d. *Weighted average* dibagi skala maksimum yang digunakan dalam penelitian, kemudian dikalikan 100%, hasilnya adalah *satisfaction index*.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis pada jawaban kuesioner responden pada dua *warehouse operator* di terminal kargo domestik, rata-rata tingkat kepuasan

**Tabel 1** Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Atribut Jasa *Warehouse Operator* PT Garuda Indonesia Cargo

Kode	Atribut Jasa	Bobot X	Bobot Y	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
R1	Kemampuan pengiriman tepat waktu	192	214	4.17	4.65
R2	Pengetahuan dan kemampuan profesional	190	199	4.13	4.33
R3	Menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan	195	204	4.24	4.43
D1	Keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan	182	201	3.96	4.37
D2	Komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu	174	201	3.78	4.37
D3	Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan	179	210	3.89	4.57
J1	Kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang	188	203	4.09	4.41
J2	Kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional	183	206	3.98	4.48
J3	Pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo	174	197	3.78	4.28
E1	Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	185	196	4.02	4.26
E2	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	199	195	4.33	4.24
E3	Kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo	180	195	3.91	4.24
B1	Kenyamanan area pelayanan konsumen	180	196	3.91	4.26
B2	Area layanan yang bersih	185	189	4.02	4.11
B3	Efisiensi operasi internal, sistem pelayanan	182	198	3.96	4.30
Jumlah				60.17	65.30
Rata-Rata ( $\bar{X}$ dan $\bar{Y}$ )				4.01	4.35

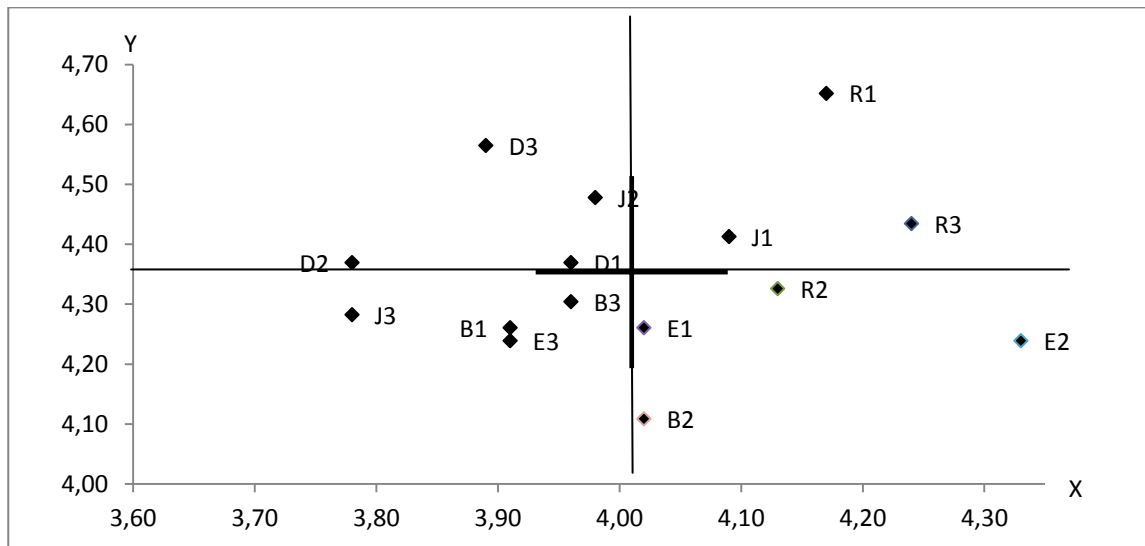
Sumber : hasil pengolahan data

- b. Nilai *weighting factors* dikalikan dengan nilai kepuasan (*satisfaction*

dan kepentingan PT Garuda Indonesia Cargo disajikan pada tabel 1 berikut ini.

Rata-rata dari kelima belas atribut jasa pada PT Garuda Indonesia Cargo disajikan pada kuadran gambar 1 berikut ini.

kuadran 1 adalah (a) keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan, (b) komunikasi dengan pelanggan dan



**Gambar 1** Kuadran *Importance Performance Grid Warehouse Operator* PT. Garuda Indonesia Cargo

Empat kuadran atribut jasa PT Garuda Indonesia Cargo berdasarkan Gambar1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

mengkoordinasi waktu, (c) layanan yang segera/cepat bagi pelanggan dan (d) kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional.

#### 1) Kuadran 1

Menunjukkan atribut jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada pelayanan kargo dan penanganannya perlu mendapatkan prioritas dari *Warehouse operator*. Atribut jasa ini dinilai sangat penting oleh pengguna/pelanggan tetapi dalam pelayanannya masih belum memuaskan. Perusahaan harus menggerakkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan performansi atribut jasa tersebut. Atribut jasa yang termasuk dalam

#### 2) Kuadran 2

Menunjukkan atribut jasa yang harus dipertahankan oleh *Warehouse operator*. Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan pengguna/pelanggan, atribut jasa berada pada tingkat yang tinggi. Pelanggan/pengguna merasakan tingkat kepuasan yang tinggi pula. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya, karena atribut jasa inilah yang telah menarik konsumen untuk memanfaatkan produk tersebut. Atribut jasa yang termasuk dalam

kuadran 2 adalah (a) kemampuan pengiriman tepat waktu, (b) menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan dan (c) kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang.

### 3) Kuadran 3

Atribut jasa yang berada pada kuadran ini kurang berpengaruh bagi konsumen serta pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja, sehingga dianggap sebagai daerah dengan prioritas rendah. Atribut jasa yang termasuk dalam kuadran 3 adalah (a) efisiensi operasi internal, sistem pelayanan, (b) pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo, (c) kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo dan (d) kenyamanan area pelayanan konsumen.

### 4) Kuadran 4

Atribut jasa yang berada pada kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Atribut jasa tersebut jika dilihat dari kepentingan pengguna/pelanggan kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasan, pengguna merasa puas. Atribut jasa yang termasuk dalam kuadran 4 adalah (a) pengetahuan dan kemampuan profesional, (b) karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian, (c) karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan dan (d) area layanan yang bersih.

Rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan PT Gapura Angkasa disajikan pada tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2.** Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Atribut Jasa Kargo *Warehouse Operator* PT Gapura Angkasa

Kode	Atribut Jasa	Bobot X	Bobot Y	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
R1	Kemampuan pengiriman tepat waktu	125	150	3.73	4.55
R2	Pengetahuan dan kemampuan profesional	122	140	3.70	4.24
R3	Menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan	133	147	4.03	4.45
D1	Keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan	122	136	3.70	4.12
D2	Komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu	119	140	3.61	4.24
D3	Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan	115	146	3.48	4.42
J1	Kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang	125	145	3.79	4.39
J2	Kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional	125	140	3.79	4.24
J3	Pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo	109	139	3.30	4.21

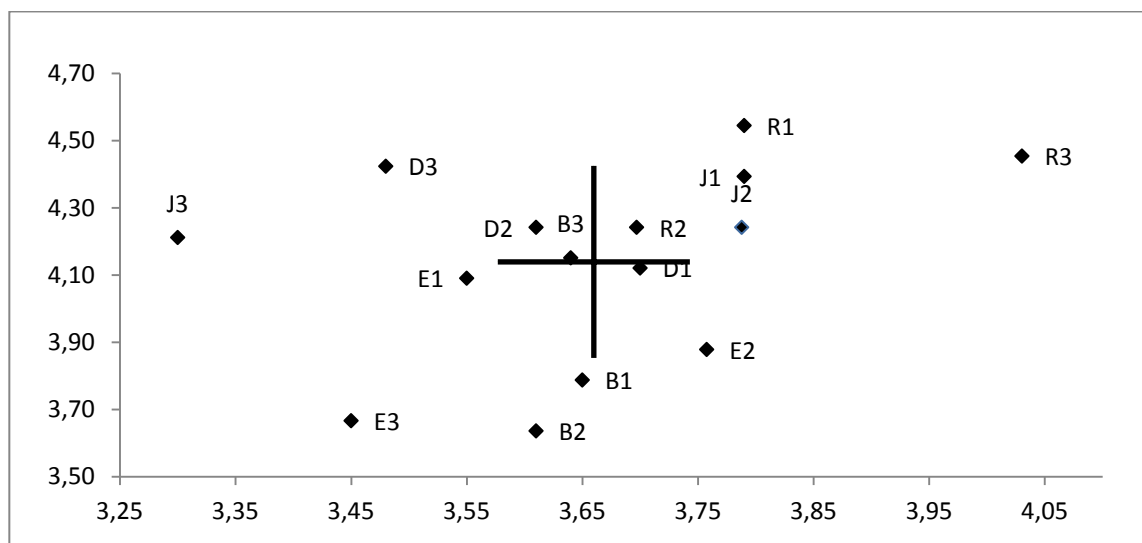


E1	Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	117	135	3.55	4.09
E2	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	124	128	3.76	3.88
E3	Kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo	114	121	3.45	3.67
B1	Kenyamanan area pelayanan konsumen	121	125	3.67	3.79
B2	Area layanan yang bersih	119	120	3.61	3.64
B3	Efisiensi operasi internal, sistem pelayanan	120	137	3.64	4.15
		Jumlah		54.85	62.09
Rata-Rata (X dan Y)				3.66	4.14

Sumber : Hasil Pengolahan data

Rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan 15 atribut jasa *warehouse operator* PT Gapura Angkasa disajikan pada kuadran gambar 2.

kargo dan penanganannya perlu mendapatkan prioritas dari *warehouse operator*. Atribut jasa ini dinilai sangat penting oleh pengguna/pelanggan



**Gambar 2** Kuadran Importance Performance Grid Warehouse Operator PT. Gapura Angkasa

Penjelasan empat kuadran atribut jasa berdasarkan gambar 2 adalah sebagai berikut:

#### 1) Kuadran 1

Pada kuadran 1 menunjukkan atribut jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada pelayanan

tetapi dalam pelayanannya masih belum memuaskan. Perusahaan harus menggerakkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan performansi atribut jasa tersebut. Atribut jasa yang termasuk dalam kuadran 1 adalah (a) layanan yang segera/cepat bagi pelanggan, (b) pilihan kecepatan

pengiriman dan waktu menunggu kargo, (c) komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu dan (d) efisiensi operasi internal, sistem pelayanan.

#### 2) Kuadran 2

Menunjukkan atribut jasa yang harus dipertahankan oleh *warehouse operator*. Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan pengguna/pelanggan, atribut jasa berada pada tingkat yang tinggi. Pelanggan/pengguna merasakan tingkat kepuasan yang tinggi pula. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya, karena atribut jasa inilah yang telah menarik konsumen untuk memanfaatkan produk tersebut. Atribut jasa yang termasuk dalam kuadran 2 adalah (a) kemampuan pengiriman tepat waktu, (2) pengetahuan dan kemampuan profesional, (3) menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan, (4) kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang dan (5) kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional.

#### 3) Kuadran 3

Atribut jasa yang berada pada kuadran ini kurang berpengaruh bagi konsumen serta pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja, sehingga dianggap sebagai daerah dengan prioritas rendah. Atribut jasa yang termasuk dalam kuadran 3 adalah (a) karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian, (b) kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo, (c) area layanan

yang bersih dan (d) kenyamanan area pelayanan konsumen.

#### 4) Kuadran 4

Atribut jasa yang berada pada kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Atribut jasa tersebut jika dilihat dari kepentingan pengguna/pelanggan kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasan, pengguna merasa puas. Atribut jasa yang termasuk dalam kuadran 4 adalah (a) keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan dan (b) karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan.

#### *Customer Satisfaction Index*

Perhitungan CSI menggunakan rumus sebagaimana yang disajikan dalam sub bab metode analisis. Perhitungan tersebut dilakukan dengan menghitung terlebih dahulu nilai rata-rata tingkat kepentingan, rata-rata tingkat kepuasan, nilai *weighting factor* dan *weighted score*. Tabel 3 berikut ini merupakan hasil perhitungan pengukuran *customer satisfaction index* pada *warehouse operator* PT Garuda Indonesia Cargo.

**Tabel 3** *Customer Satisfaction Index Warehouse Operator* PT Garuda Indonesia Cargo

Kode	Atribut Jasa	$\bar{X}$	$\bar{Y}$	Weighting Factor	Weighted Score
R1	Kemampuan pengiriman tepat waktu	4.17	4.65	7.12	29.73
R2	Pengetahuan dan kemampuan professional	4.13	4.33	6.62	27.36
R3	Menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan	4.24	4.43	6.79	28.79
D1	Keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan	3.96	4.37	6.69	26.47
D2	Komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu	3.78	4.37	6.69	25.31
D3	Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan	3.89	4.57	6.99	27.20
J1	Kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang	4.09	4.41	6.76	27.62
J2	Kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional	3.98	4.48	6.86	27.28
J3	Pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo	3.78	4.28	6.56	24.81
E1	Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	4.02	4.26	6.52	26.24
E2	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	4.33	4.24	6.49	28.08
E3	Kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo	3.91	4.24	6.49	25.40
B1	Kenyamanan area pelayanan konsumen	3.91	4.26	6.52	25.53
B2	Area layanan yang bersih	4.02	4.11	6.29	25.30
B3	Efisiensi operasi internal, sistem pelayanan	3.96	4.30	6.29	26.08
	Jumlah		65.30		401.21
<b>Customer Satisfaction Index</b>					<b>80.24%</b>

Sumber: Pengolahan data

Berdasarkan hasil perhitungan nilai CSI tersebut, diketahui CSI PT Garuda Indonesia Cargo adalah 80.24%. Interpretasi nilai CSI tersebut adalah *good* atau sudah baik menurut pengguna. Tabel 4 menyajikan perhitungan tahapan pengukuran *customer satisfaction index* pada *warehouse operator* PT Garuda Angkasa.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai CSI, diketahui CSI PT Garuda Angkasa adalah 73.21%. Interpretasi nilai CSI PT Garuda Angkasa adalah memerlukan perhatian (*cause of concern*).

**Tabel 4** *Customer Satisfaction Index Warehouse Operator PT Gapura Angkasa*

Kode	Atribut Jasa	$\bar{X}$	$\bar{Y}$	Weighing Factor	Weighed Score
R1	Kemampuan pengiriman tepat waktu	3.73	4.55	7.32	27.73
R2	Pengetahuan dan kemampuan profesional	3.70	4.24	6.83	25.26
R3	Menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan	4.03	4.45	7.17	28.91
D1	Keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan	3.70	4.12	6.64	24.54
D2	Komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu	3.61	4.24	6.83	24.64
D3	Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan	3.48	4.42	7.13	24.83
J1	Kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang	3.79	4.39	7.08	26.81
J2	Kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional	3.79	4.24	6.83	25.88
J3	Pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo	3.30	4.21	6.78	22.41
E1	Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	3.55	4.09	6.59	23.36
E2	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	3.76	3.88	6.25	23.47
E3	Kesopanan dan keramahan staf yang menangani kargo	3.45	3.67	5.91	20.40
B1	Kenyamanan area pelayanan konsumen	3.67	3.79	6.10	22.37
B2	Area layanan yang bersih	3.61	3.64	5.86	21.12
B3	Efisiensi operasi internal, sistem pelayanan	3.64	4.15	6.69	24.31
	Jumlah		62.09		366.04
<b>Customer Satisfaction Index</b>				<b>73.21%</b>	

Sumber: Pengolahan data

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Atribut jasa yang penting pada *warehouse operator* PT Garuda Indonesia Cargo di terminal kargo domestik Bandar Udara Soekarno-Hatta adalah (a) keinginan membantu memecahkan masalah pelanggan, (b) komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu, (c) layanan yang segera/cepat bagi pelanggan, (d) kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional, (e)

kemampuan pengiriman tepat waktu, (f) menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan dan (g) kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang.

Atribut jasa yang penting pada *warehouse operator* PT Gapura Angkasa adalah (a) layanan yang segera/cepat bagi pelanggan, (b) pilihan kecepatan pengiriman dan waktu menunggu kargo, (c) komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu, (d) efisiensi operasi internal, sistem operasi, (e) kemampuan pengiriman

tepat waktu, (f) pengetahuan dan kemampuan profesional, (g) menyampaikan catatan/dokumen tanpa kesalahan dan (h) kompensasi untuk kerusakan atau barang hilang. Berdasarkan hasil perhitungan nilai CSI, diketahui nilai indeks kepuasan pengguna PT Garuda Indonesia Cargo sebesar 80.24%. Interpretasi nilai CSI pada *warehouse operator* PT Garuda Indonesia Cargo adalah baik (*good*). CSI PT Gapura Angkasa adalah 73.21%. Interpretasi nilai CSI PT Gapura Angkasa adalah memerlukan perhatian (*cause of concern*).

### Saran

Saran yang diberikan untuk meningkatkan pelayanan kargo dan indeks kepuasan pengguna *warehouse operator* terminal kargo domestik Bandar Udara Soekarno Hatta adalah dengan memperbaiki atribut jasa yang memerlukan prioritas perbaikan dan termasuk dalam kuadran satu dengan cara berikut: (a) keinginan untuk membantu memecahkan masalah pelanggan, dilakukan dengan memberikan pelatihan tentang standar, operasi dan prosedur penanganan kargo bagi pegawai, (b) komunikasi dengan pelanggan dan mengkoordinasi waktu, dilakukan dengan meningkatkan kepedulian petugas yang terlibat langsung dengan pelayanan kargo, (c) layanan yang segera/cepat bagi pelanggan, dilakukan dengan mengurangi waktu menunggu pelayanan pada tahap-tahap pelayanan kargo, (d) kejelasan dan kelengkapan prosedur operasional, dilakukan dengan menjelaskan

prosedur operasional dan informasi pelayanan secara lengkap dalam bentuk *leaflet* dan penjelasan di pintu masuk dan dinding pada area pelayanan dan (e) efisiensi operasi internal, sistem pelayanan dilakukan dengan memberikan pelayanan operasi internal dan sistem pelayanan sesuai Standar, Operasional dan Prosedur yang berlaku.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aryantono, Nanang. (2009). Penyusunan Indikator Pelayanan Transportasi Antarmoda di DKI Jakarta, Medan, Surabaya dan Yogyakarta dalam rangka Perwujudan Keterpaduan Transportasi Perkotaan yang Optimal dan Efektif. *Warta Penelitian Perhubungan*, Vol 21, No. 7.
- Gilbert, David, and Robert.K.C. Wong. (2003). Passenger Expectations and Airline Services: a Hong Kong Based Study. *Journal of Tourism Management* 24, page 519-532.
- Hsu, Tsuen-Ho. (2007). Applying Fuzzy Set Theory to Measuring Air Transportation Service Quality. *Journal of Air Transport Management*, vol 13 issue 3 May page:131-138.
- Lin, Kuang, Tzeu-Chen Han and Feng-I Ling. (2005). Rational Approach to Handling Fuzzy Perceptions in Airport Cargo Terminal Service Strategies. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol. 6, pp. 693 - 707.

- Manataki, Ioanna E. and Konstantinos G. Zografos. (2010). Assessing Airport Terminal Performance Using a System Dynamics Model. *Journal of Air Transport Management*, Volume 16, Issue 2, March, Pages 86-93.
- Nasution, M.N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia. Edisi kedua.
- Pakan, Welly. (2008). Keterlambatan Penerbangan (Delay) Angkutan Lebaran Tahun 2008 Di Bandara Soekarno-Hatta. *Warta Penelitian Perhubungan*, Vol 20 No 11.
- Sekaran, Uma. (2000). *Research Methods for Business*. Third Edition. John Willey & Sons Inc.
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelayanan*. PT Temata Cipta. Jakarta.
- . (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Erlangga: Jakarta: Jilid 1, Edisi Keenam.
- , (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta: Jakarta, Edisi Ketiga.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2007). *Service, Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Wang, Rong-Tsu. (2007). Improving Service Quality Using Quality Function Deployment: The Air Cargo Sector of China Airlines. *Journal of Air Transport Management* 13, page 221-228.